

УДК 316.423 (4/5)



© *Александр Лойко*
заведующий кафедрой философских учений
Белорусского национального технического
университета,
доктор философских наук, профессор

© *Alexander Loiko*
Head of the Philosophical Doctrines dept.
of the Belarusian National Technical
University (Belarus),
Doctor of Philosophy, Professor
e-mail: pht@bntu.by

КОММУНИКАЦИЯ В КАТЕГОРИЯХ СТАРОЙ И НОВОЙ НОРМАЛЬНОСТИ: ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

В статье рассмотрен феномен новой нормальности в системе коммуникации. Показана роль философии в адаптации социальных акторов к новой модели профессиональной и институциональной коммуникации. Выделены факторы, влияющие на равные условия адаптации социальных акторов к новой нормальности.

За последнее столетие человечество настолько привыкло к практикам конструирования новых форм жизнедеятельности, что забыло о факторах, которые независимо от социальных акторов трансформируют систему жизнедеятельности человечества. Такими объективными факторами являются экономические кризисы, технологические сингулярности и эпидемии. Как только общественное и индивидуальное сознание сталкивается с этими феноменами, оно оказывается в стрессовом состоянии. Его начинают интересовать вопросы перспективы необратимых перемен и особенности формирования новой нормальности. Предметом интереса является прогноз длительности сингулярности. Интересует также возможность возврата к ставшей привычной модели коммуникации, повседневной жизнедеятельности и корпоративной среды старой нормальности.

Поскольку прогнозы содержат погрешности, то участники социального процесса имеют дело с неопределенностями и рисками. С этой ситуацией первыми столкнулись представители экономического дискурса. Точкой отсчета стала великая депрессия, которая актуализировала феномен новой нормальности. Этот феномен отразил невозможность возврата

рыночной экономики к старой нормальности в форме свободной конкуренции. Теоретической основой новой экономической реальности стала кейнсианская модель государственной поддержки банков, компаний, рынка труда. На смену естественной эволюции капитализма через механизмы саморегулирования пришла социальная компонента динамического равновесия рынка труда. Г. Форд апробировал модель создания внутреннего емкого рынка и общества массового потребления через технологическое решение, основу которого составило конвейерное производство. А. Маслоу обосновал теорию человеческих потребностей, а Э. Мэйо — теорию человеческих отношений.

Т. Веблен показал, что у старой нормальности есть институциональная основа экономической инерции [1]. Эта основа представлена бизнес-процессами. Они являются институтами общества и одновременно ресурсом компаний и банков. Смена бизнес-процессов чревата значительными финансовыми издержками и высокими рисками потерь, поскольку новые бизнес-процессы могут оказаться менее эффективными, чем прежние. Еще сложнее выглядит переход на новые модели профессиональной коммуникации, поскольку предполагает наличие кадров, способных к быстрому освоению новых социальных и корпоративных практик.

Близкую к тематике старой и новой нормальности проблему актуализировали исследования и разработки в области теории искусственного интеллекта. Объективным фактором стал технологический детерминизм. Он демонстрирует устойчивую тенденцию трансформации образа жизни человечества. Сопоставимым с экономическим кризисом феноменом в языке технологического дискурса является феномен технологической сингулярности. Эта точка невозврата только прогнозируется. Э. Тоффлер посвятил целое исследование в области социальной психологии такому явлению, как «футурошок» [2]. Кроме практических рекомендаций создания профессиональной культуры высокой мобильности, автор положил начало разработке концептуального терминологического аппарата философии социальной мобильности. Оно отражает способность индивидуального и общественного сознания к интеграции в пространство новой нормальности. Но до экономического кризиса 2008 г. о старой и новой нормальности речь практически не велась, потому что кейнсианская модель государственной поддержки экономики в период кризиса считалась эффективной. В начале XXI века выяснилось, что эта модель сама порождает новую нормальность тем, что не только смягчает экономический кризис, но и делает его более затяжным. Рост мировой экономики замедляется, и подобная динамика становится нормой. Перспектива замедления темпов экономического роста экономики Китайской Народной

Республики побудила Дэн Сяопина сформулировать политику новой нормальности [3]. По мнению Ху Аньгана, это позволило Китайской Народной Республике адаптироваться к новым условиям функционирования ее ориентированной на экспорт экономики [4]. К подобной модели адаптировались национальные экономики Российской Федерации и Республики Беларусь. Эта адаптация сопровождалась философским анализом феномена новой нормальности. В концептуальном пространстве анализа оказались новые медиа и политические коммуникации. Учеными МГУ имени М. В. Ломоносова на основе методологии Т. Куна был осуществлена реконструкция философских оснований новой нормальности в форме смены парадигм модерна и постмодерна [5].

Н. Н. Талев в начале XXI века сформулировал ключевые принципы экономического дискурса новой нормальности с учетом такого фактора, как эпидемия. Первый принцип гласит, что нелинейная динамика неожиданных событий должна рассматриваться как часть экономической реальности. Второй принцип обозначает события, которые происходят очень редко, неожиданно и оказывают значительное влияние на мировую экономику. Одним из таких неожиданных событий может быть эпидемия [6]. Третий принцип указывает на то, что социальная и экономическая динамика происходит в условиях неопределенности. Автор предлагает посмотреть на неопределенность по-другому — не с позиции биржевой паники, а с позиции неопределенности как ресурса экономического роста [7].

Когда к факторам экономического и технологического детерминизма добавился эпидемиологический фактор коронавирусной пандемии, ситуации старой и новой нормальности стали обсуждаться с новой интенсивностью. Стали приводиться аргументы о том, что возврат к старой нормальности коммуникации напрямую будет зависеть от выработки обществом коллективного иммунитета и доступности эффективных вакцин. С этой целью была поставлена задача вакцинации общества. Цель была реализована в европейских государствах. Вакцинирование дополнили новые формы организации труда, а также экстренные практики локдауна и самоизоляции. Казалось, что кризис преодолен, но омикрон опять вернул европейские страны в ситуацию 2020 г., когда государственные структуры начинали борьбу с эпидемией методами «санитарной диктатуры», опасаясь, что медицинские учреждения не справятся с притоком больных и не смогут оказывать им эффективную помощь. Республика Беларусь не стала прибегать к практикам «санитарной диктатуры» и не останавливала производство и иную экономическую деятельность. Не ограничивала свободное перемещение граждан.

На фоне административных антиковидных мер интенсифицировалась рефлексия над феноменами старой и новой нормальности. В 2020 г. Организация Объединенных Наций представила доклад «Социально-умные устойчивые города». Особым пунктом выделена пандемия [8]. Город и эпидемия стали одной из тем исследований [9]. По итогам системного подхода к старой и новой нормальности специалистами констатирована ситуация неопределенности [10].

Сформировалась также позиция, что человечество уже находится в пространстве новой нормальности [11]. Эта позиция базируется на том, что компании активно используют режим удаленной работы. В числе приоритетов оказалась гигиена сотрудников и рабочего места. Целью является снижение рисков распространения вируса. Эта ценность оказала влияние на архитекторов и дизайнеров. Разработаны и внедрены офисы-трансформеры.

Важным стало управление персоналом, определение основных каналов коммуникации и общность целей. Еще более ускорилось внедрение цифровых технологий. Эта стратегия не сводится к автоматизации. За основу взята концепция цифровых платформ и цифровых экосистем. Это бизнес-модели оказания услуг координации участников рынка — как производителей, так и потребителей. Реализацией этой модели стали маркетплейсы. Сформирован институт сервисной интеграции. В связи с этим растет роль сервисных интеграторов и сетевых платформ взаимодействия участников социального пространства. Произошло переосмысление логистики, маркетинга, ритейла. За основу взяты результаты исследований в области поведенческой экономики.

Востребованной оказалась системная инженерия. Менеджеры создают принципы работы цифровой экосистемы. Разработчики проектируют сетевую инфраструктуру. Юристы думают о том, как создать соответствие между технологическими процессами и нормативными компонентами институциональной деятельности финансово-технологических компаний. Изменение ролей в экономической деятельности за счет коллаборации и конвергенции создало тему трансформации институциональных структур современной экономики в сопряжении ее с феноменом технологической сингулярности [12].

Пандемия ускорила институционализацию внутренних и внешних цифровых экосистем. Внутренняя цифровая экосистема решает задачи корпоративной деятельности сотрудников банка, компании, включая оптимизацию бизнес-процессов. Внешняя цифровая экосистема интегрирована с любым пользователем социальной сети, являющимся потребителем услуг и сервисов. Основным элементом цифровой

экосистемы является технология единого входа. Это коммуникация под единой учетной записью во множестве цифровых сервисов. Признаком присутствия в пространстве цифровой экосистемы является возможность с помощью одного логина и пароля входить в различные сервисы и переходить между ними без повторной проверки учетных данных.

Удобства для сотрудников компании или банка заключаются в том, что с данными, которые вводятся один раз в одной информационной системе, можно работать в других информационных системах. Агрегация данных в единое хранилище позволяет пользоваться инструментами бизнес-аналитики. Внешние цифровые экосистемы имеют большую направленность на коммерческий результат. Источниками их окупаемости является сбор данных, реклама и координация коммуникации участников социальной сети в потребительском сегменте услуг. Пользование социальной сетью и мобильными сервисами придает социальному актору статус участника внешней цифровой экосистемы одной из корпораций, поскольку данные о пользователе сетью архивируются центром больших данных этой корпорации.

Внешние и внутренние цифровые экосистемы конституировались усилиями разработчиков с уровня поисковых систем. Доминировал системный подход и идея конвергенции разных поисковых услуг. В перечне оказались сервис почты, агрегатор новостей и нейромаркетинг, а также словари и сервис поиска работы. С расширением набора сервисов увеличивались ресурсы данных о пользователях этих сервисов. Это позволило цифровым экосистемам выйти на уровень рентабельной деятельности на рынке информационных услуг.

Пока цифровая экосистема не имеет критической массы пользователей, она нуждается в значительных инвестициях. Если в ее финансовой основе находится банк, то это упрощает задачу. Но цифровые экосистемы создают и социальные компании. Чтобы обеспечить функционирование цифровой экосистемы, эти компании вынуждены максимально использовать ресурс рекламы. Структура рекламной деятельности разнообразилась. Стала использоваться цифровая контекстная реклама. Ее семантика формируется пользовательскими запросами. По итогам анализа этих запросов поисковый сервис через цифровую рекламу реализует наджинг.

Цифровая реклама стала частью виртуального рынка труда. Под влиянием пандемии сформировалась тенденция усиления роли на рынке труда нестандартных форм занятости. Они характеризуются категориями полной стандартной занятости и нестандартных форм занятости.

На уровне государственных структур, регулирующих рынок труда, сформулирована политика флексикьюрити [13]. Она предполагает новые механизмы правового регулирования трудовых отношений на основе социальных моделей занятости. В числе этих моделей е-занятость. Данная модель допускает нахождение работника на расстоянии от работодателя. Удаленная форма занятости обеспечивается цифровыми технологиями. Эти технологии создают условия для профессионального общения, контроля, передачи заданий, результатов труда, оплаты труда.

Е-занятость является разновидностью постоянной работы в конкретной организации. Она также представлена такой модификацией, как фриланс. Эта форма прямых отношений заказчика и исполнителя (индивидуального предпринимателя) через сайт, на котором исполнитель размещает образцы для потенциальных заказчиков. Получив заказ, фрилансер его выполняет и отправляет через социальную сеть продукт, оплата которого производится заказчиком через механизм электронного банкинга. Институциональный статус фриланса предполагает правовую регламентацию и регистрацию для осуществления налоговых отчислений от получаемой прибыли. Специалисты, занятые в сфере фриланса, хотят работать с заказчиками, уплачивая налоги, и иметь гарантии пенсионного обеспечения. Одним из направлений стало создание системы инфорсента.

Фриланс зависит от развития электронных платежных систем. Для него актуальна доступность технологий электронной подписи и электронного документооборота. Для удаленных форм занятости важным является наличие образца электронного трудового договора. Это обусловлено тем, что функции отдела кадров переходят в виртуальную сферу.

Имеет место институционализация информационных платформ рынка труда. Они координируют отношения значительного числа участников. Нормативную основу представляет совокупность правил, обусловленная рисками в области личной информации. Новые формы трудовых отношений отражают высокую мобильность в сфере занятости. А мобильность обуславливает высокий спрос на информацию [14].

Институционализация виртуального рынка труда сопровождается формированием сети информационных институтов. Они представлены биржами труда для IT-специалистов, студентов и выпускников вузов в форме сайтов государственных органов и электронных досок объявлений. Востребованными стали сетевые консультационные образовательные институты рынка труда. Они акцентированы на связи образовательных услуг с последующей профессиональной деятельностью выпускников вузов.

В пространстве новой нормальности получил развитие междисциплинарный цифровой дискурс. Одним из его концептов стала экология [15]. Культивируется тезис о том, что экосистема организации находится в состоянии динамического равновесия, когда ее развитие соответствует ценностям самоорганизации и адаптации. Ресурсами устойчивости являются диапазон толерантности и экологическая среда. Используется механизм экологической синхронизации социальных акторов с сайтами. Эта модель лежит в основе функционирования цифровой экосистемы, которая использует принцип одного окна. Она функционирует в едином мобильном приложении. В условиях роста количества данных она адаптируется к требованиям участников сети.

Цифровая экосистема предполагает серверную инфраструктуру, которая становится ресурсом, поскольку возникает возможность сдавать мощности серверов в аренду на основе принципов коллаборации.

Таким образом, новая нормальность уже выявила свои особенности. Их до пандемии сформировало динамичное развитие сектора цифровых услуг и технологий. В секторе потребительской коммуникации ключевую роль стали играть маркетплейсы и ритейлеры. Доставка заказа на дом трансформировала образ жизни покупателей и их коммуникации.

Значительные изменения произошли на рынке труда. Сотрудники компаний перешли на удаленные формы профессиональной деятельности. Эти новые формы также сформировались до пандемии. Фриланс и е-занятость стали предметом изучения до пандемии. На уровне управления произошла трансформация бизнес-процессов, обусловленная макроэкономическим феноменом цифровых экосистем. Но в категориях старой и новой нормальности продолжает сохраняться ситуация неопределенности, которая мотивирует участников коммуникации больше внимания уделять рискам и безопасности.

Список основных источников

1. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. — М. : Прогресс, 1984. — 367 с.
2. Тоффлер, Э. Шок будущего = Future Shock, 1970 / Э. Тоффлер. — М. : АСТ, 2008. — 560 с.
3. Арбатская, М. Н. Система сельского местного самоуправления в «новой нормальности» Китая / М. Н. Арбатская, Сюй Линьчун // Гражданин. Выборы. Власть. — 2020. — № 4 (18). — С. 106–123.
4. Ху Аньган. «Новая нормальность» Китая / Ху Аньган // Россия в глобальной политике. — 2015. — № 3.
5. «Новая нормальность»: новые медиа и политические коммуникации. — М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2015. — 316 с.

6. Талёб, Н. Н. Чёрный лебедь. Под знаком непредсказуемости / Н. Н. Талёб. — М. : Колибри, 2009. — 528 с.
7. Талёб, Н. Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса / Н. Н. Талёб. — М. : Изд. Колибри, Азбука-Аттикус, 2014. — 768 с.
8. Социально-умные устойчивые города. — Женева : ООН, 2020. — 93 с.
9. Лойко, А. И. Город и эпидемия / А. И. Лойко // Социальные практики и развитие городской среды. — Минск : БГУ, 2021. — С. 184–188.
10. Современное общество в условиях социально-экономической неопределённости. — М. : МАКС Пресс, 2021. — 1241 с.
11. Курюкин, А. Н. «Новая нормальность» экономики, политики и социума COVID-19 и после / А. Н. Курюкин // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2021. — № 12(2). — С. 160–181.
12. Усоский, В. Трансформация российских банков в условиях цифровой революции и «технологическая сингулярность» / В. Усоский // Банкаўскі веснік. — 2021. — № 10. — С. 27–41.
13. Лойко, А. И. Смарт-индустрия и тренды трансформации рынка труда / А. И. Лойко // Инновационные процессы в науке и технике. — Тюмень : Тюмен. индустриальный ун-т, 2021. — С. 85–87.
14. Лойко, А. И. Философия информации / А. И. Лойко. — Минск : БНТУ, 2021. — 372 с.
15. Loiko, A. I. Technology of digital ecosystems / A. I. Loiko // Вестн. Самар. гос. технич. ун-та. Сер. Философия. — 2022. — № 1 (10). — С. 51–61.

COMMUNICATION IN THE CATEGORIES OF OLD AND NEW NORMALITY: A PHILOSOPHICAL ANALYSIS

The article examines the phenomenon of new normality in the communication system. The role of the philosophy in the adaptation of social actors to the new model of professional and institutional communication is shown. The factors influencing equal conditions of adaptation of social actors to the new normality are highlighted.